



Trung tâm Tin học
và Thống kê

Cục Chế biến và Phát triển thị
trường nông sản

Viện Chính sách và Chiến lược
Phát triển nông nghiệp nông thôn

THÔNG TIN THAM KHẢO ĐỊNH KỲ VỀ THỊ TRƯỜNG NÔNG SẢN THÁNG 8/2019

Kim ngạch xuất khẩu nông lâm thủy sản tháng 8/2019 ước đạt 3,64 tỷ USD, đưa tổng giá trị xuất khẩu 8 tháng đầu năm 2019 đạt 26,58 tỷ USD, tăng 1,6% cùng kỳ năm 2018. Trong đó, giá trị xuất khẩu các mặt hàng nông sản chính ước đạt 12,41 tỷ USD, giảm 8,3%; giá trị xuất khẩu thủy sản ước đạt 5,52 tỷ USD, giảm 1,2%; giá trị xuất khẩu chăn nuôi ước đạt 0,45 tỷ USD, tăng 3,6%; và giá trị xuất khẩu các mặt hàng lâm sản chính ước đạt 7,1 tỷ USD, tăng 18,6%.

1

Ước giá trị nhập khẩu nông, lâm, thủy sản tháng 8/2019 đạt 2,4 tỷ USD, đưa tổng giá trị nhập khẩu 8 tháng đầu năm đạt 20,54 tỷ USD, giảm 1,2% so với cùng kỳ năm 2018. Trong đó, giá trị nhập khẩu các mặt hàng nông lâm thủy sản chính ước đạt 17,18 tỷ USD, giảm 2% so với cùng kỳ năm 2018; giá trị nhập khẩu chăn nuôi ước đạt 341 triệu USD, tăng 15,8% so với cùng kỳ năm 2018.

Thị trường nông sản trong nước biến động khác nhau tùy thuộc vào từng ngành hàng. Giá lúa gạo tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) giảm nhẹ khoảng 200 đ/kg so với tháng trước. Thị trường cà phê trong nước giảm 100 đ/kg cùng xu hướng thị trường thế giới do Brazil tăng cường bán phòng hộ hàng vụ mới. Giá bán buôn cá tra nguyên liệu tại ĐBSCL trong tháng qua tăng nhẹ 500 đ/kg. Giá tôm nguyên liệu trong nước tăng từ 3.000 đ/kg đến 15.000 đ/kg tùy loại do nguồn cung giảm. Giá lợn hơi tăng từ 4.000-10.000 đ/kg tùy theo từng địa phương. Giá một số loại trái cây tại Tiền Giang giảm do nhu cầu nhập khẩu của Trung Quốc còn chưa ổn định.

DIỄN BIẾN THỊ TRƯỜNG MỘT SỐ NÔNG SẢN CHỦ LỰC

1. Lúa gạo

Trên thị trường thế giới, hạn hán tiếp tục làm giảm mạnh nguồn cung từ Thái Lan khiến giá tăng, bên cạnh đó đồng Rupee mất giá cũng tác động làm giảm lượng

gạo xuất khẩu của Ấn Độ. Hiện tượng thời tiết El Nino cũng bắt đầu ảnh hưởng đến một số nước, đặc biệt là Philippin và Indonesia. Gạo 5% tấm của Thái Lan tăng từ 395 – 405 USD/tấn lên 405 – 425 USD/tấn (FOB Băng Cốc). Gạo 5% tấm của Việt Nam giảm từ 340 – 350 USD/tấn xuống 335 – 345 USD/tấn (FOB cảng Sài Gòn). Gạo đỏ 5% tấm Ấn Độ giảm từ 381 – 384 USD/tấn xuống còn 373 – 374 USD/tấn.

Tháng 8/2019, giá lúa gạo tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) giảm nhẹ so với tháng trước. Theo hệ thống cung cấp giá tại địa phương, tại An Giang, lúa IR50404 giảm 200 đ/kg xuống còn 4.200 đ/kg, lúa OM 5451 tăng 200 đ/kg lên 5.200 đ/kg; lúa OM4218 ổn định ở mức 4.800 đ/kg; gạo IR50404 ở mức 10.000 – 11.000 đ/kg; gạo chất lượng cao ở mức 13.000 đ/kg; gạo thơm đặc sản jasmine ở mức 14.000 đ/kg. Tại Vĩnh Long, lúa Thu Đông sớm vừa mới thu hoạch có giá 4.300 đ/kg; gạo IR50404 ở mức 12.000 đ/kg; gạo jasmine ở mức 14.000 đ/kg. Trong khi tại Bạc Liêu, lúa Hè Thu muộn có giá 4.300 – 4.500 đ/kg. Tại Kiên Giang, lúa IR50404 ổn định ở mức 5.300 đ/kg; lúa OM 4218 ở mức 5.500 – 5.600 đ/kg, giảm 100 đ/kg; lúa OM 6976 ở mức 5.400 – 5.600 đ/kg; lúa Jasmine ở mức 5.800 – 6.000 đ/kg. Dự báo giá lúa, gạo trong nước có thể giảm nhẹ do nhu cầu tiêu thụ tháng tới có khả năng sẽ thấp.

2

Khối lượng gạo xuất khẩu tháng 8 năm 2019 ước đạt 591 nghìn tấn với giá trị đạt 265 triệu USD, đưa khối lượng xuất khẩu gạo 8 tháng đầu năm 2019 ước đạt 4,54 triệu tấn và gần 2 tỷ USD, tăng 0,3% về khối lượng nhưng giảm 14,9% về giá trị so với cùng kỳ năm 2018. Tính trong 7 tháng đầu năm, Philippin đứng vị trí thứ nhất về thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam với 34,5% thị phần, khối lượng xuất khẩu đạt 1,46 triệu tấn tương ứng 589,4 triệu USD, gấp 3,2 lần về khối lượng và gấp 2,7 lần về giá trị so với cùng kỳ năm 2018. Các thị trường có giá trị xuất khẩu gạo tăng mạnh gồm Bồ Đào Nha (tăng 64,5%), Úc (tăng 63,9%), Hồng Kông (tăng 43,5%), Ả rập xê út (tăng 31,3) và Irắc (tăng 24,8%). Giá gạo xuất khẩu bình quân 7 tháng đầu năm 2019 đạt 433 USD/tấn, giảm 14,7% so với cùng kỳ năm 2018.

Về chủng loại xuất khẩu, trong 7 tháng đầu năm 2019, giá trị xuất khẩu gạo trắng chiếm 48,4% tổng kim ngạch; gạo jasmine và gạo thơm chiếm 37,7%; gạo nếp chiếm 7,7%; và gạo japonica và gạo giống Nhật chiếm 5,5%. Các thị trường xuất khẩu gạo trắng lớn nhất của Việt Nam là Phillipines (51,1%), Malaysia (13,6%), Cuba (13,5%). Với gạo Jasmine và gạo thơm, thị trường xuất khẩu lớn nhất là Phillipines (21,5%) và Bồ Đào Nha (18,4%). Về gạo nếp, thị trường xuất khẩu lớn là Trung Quốc (52,9%); Phillipines (18,8%). Với gạo Japonica và gạo giống Nhật, thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam là Singapore (29,0%) và Ai Cập (11,4%).

Thị trường lúa gạo trong ngắn hạn dự báo vẫn sẽ gặp khó khăn do việc xuất khẩu sang Trung Quốc và Phillipines gặp nhiều hạn chế. Sau thời gian dài giảm, nhu cầu gạo từ thị trường Trung Quốc vẫn chưa có dấu hiệu tăng trưởng trở lại. Trong khi đó, sau gần nửa năm thay đổi chế độ hạn ngạch sang thuế quan giúp thúc đẩy hoạt động nhập khẩu gạo, lượng tồn kho của Phillipines đang ở mức tương đối cao. Cùng với đó, nông dân trồng lúa nước này đang yêu cầu Chính phủ hỗ trợ tiêu thụ lúa gạo do thiệt hại gây ra từ mở cửa nhập khẩu, nên trong thời gian tới, hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam sang Philippines sẽ xuất hiện nhiều trở ngại và dự báo không tiếp tục tăng mạnh.

Xuất khẩu gạo sang EU dự báo sẽ tăng do tác động của Hiệp định EVFTA được ký kết vào ngày 30/6/2019 mặc dù Hiệp định này còn chờ Quốc hội các nước phê chuẩn để chính thức có hiệu lực. Trước đây Việt Nam chỉ xuất khẩu được khoảng hơn 20 nghìn tấn gạo/năm sang EU với mức thuế dao động khoảng 65-211 EUR/tấn (ước tính khoảng 50% giá trị xuất khẩu), nhưng với mức hạn ngạch thuế suất 0% cho 80 nghìn tấn, cao gần 4 lần so với thực tế xuất khẩu hiện tại, dự kiến hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam sang EU sẽ tăng trưởng mạnh trong tương lai. Tuy vậy, EU là một thị trường khó tính, để tận dụng cơ hội mới này một cách thành công, doanh nghiệp gạo xuất khẩu cần nâng cao chất lượng, kiểm soát các quy định SPS/TBT, quy định về truy xuất nguồn gốc, đẩy mạnh xây dựng thương hiệu, cũng như làm quen với các thủ tục giấy tờ liên quan (ví dụ, các loại gạo phải thuộc một trong 8 loại được phép hưởng miễn thuế và có đầy đủ giấy chứng nhận đúng chủng loại được cấp bởi cơ quan có thẩm quyền...)¹ ... trong thời gian tới.,

2. Sản

Xuất khẩu sản và các sản phẩm từ sản tháng 8 năm 2019 ước đạt 205 nghìn tấn với giá trị đạt 81 triệu USD, đưa khối lượng xuất khẩu sản và các sản phẩm từ sản 8 tháng đầu năm 2019 ước đạt 1,6 triệu tấn tương ứng với 608 triệu USD, theo đó, giảm 6,7% về khối lượng và giảm 4,1% so với cùng kỳ năm 2018. Xuất khẩu sản và sản phẩm từ sản giảm là do sự sụt giảm mạnh về cầu sản lát, giảm 55,1% về lượng và 55,2% về giá trị so với cùng kỳ năm trước. Xuất khẩu tinh bột sản đạt 1,3 triệu tấn và 552,1 triệu USD, tương đương tăng 19,0% về lượng và 8,55% về giá trị so với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, so với tháng trước, xuất khẩu sản và sản phẩm từ sản tháng 8 có sự phục hồi nhẹ một phần là do tồn kho tại các doanh nghiệp ở Trung Quốc thúc đẩy nhu cầu nhập khẩu. Xuất khẩu sản và các sản phẩm từ sản tháng 8 so với tháng 7 tăng

¹ Để hưởng miễn thuế nhập khẩu theo hạn ngạch, gạo phải thuộc một trong số các loại gạo thơm sau: Hoa nhài 85, ST5, ST20, Nang Hoa 9, VD 20, RVT, OM4900, OM5451 và Tai Nguyen Cho Dao

22% về lượng và 23,1% về giá trị. Xuất khẩu sản lát tăng 12,5% về lượng và 17,8% về giá trị và xuất khẩu tinh bột sản tăng 22,6% về lượng và 23,4% về giá trị.

Trong 7 tháng đầu năm 2019, xuất khẩu sang các thị trường hầu hết đều suy giảm, ngoại trừ thị trường Hàn Quốc tăng 9% về lượng (đạt 67,7 nghìn tấn) và 12,5% về giá trị (đạt 19,6 triệu USD) so với cùng kì năm 2018. Trung Quốc vẫn tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 2019, chiếm tới 88,5% giá trị xuất khẩu sản và sản phẩm từ sản của Việt Nam. Xuất khẩu sang thị trường này trong 7 tháng đầu năm 2019 đạt 1,2 tỷ USD tương đương 466,3 nghìn tấn, giảm 4,1% về khối lượng và giảm 9,6% về giá trị so với cùng kì năm 2018. Xuất khẩu sang Trung Quốc giảm vì các lý do cơ bản:

- Trung Quốc tăng cường nhập khẩu từ Lào và Campuchia. Theo ITC, lượng sản và sản phẩm từ sản Trung Quốc nhập khẩu từ Campuchia tăng 74,5% và Lào tăng 246,6% trong 6 tháng đầu năm 2019 so với cùng kì năm trước.

- Trung Quốc tăng cường kiểm soát nghiêm ngặt các quy định về nhãn mác, bao bì, thông tin sản phẩm tinh bột sản Việt Nam đã gây ảnh hưởng tiêu cực tới hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.

4

Giá xuất khẩu sản và sản phẩm sản bình quân tháng 8/2019 của Việt Nam đạt 396 USD/tấn, tăng 2,79% so cùng kì năm trước và tăng 0,95% so với tháng trước. Trong đó, giá xuất khẩu bình quân tinh bột sản giảm nhẹ, đạt 423 USD/tấn, giảm 8,77% so với cùng kì năm trước và tăng 0,61% so với tháng trước. Trong khi, giá xuất khẩu sản lát bình quân của Việt Nam trong tháng 8/2019 đạt 216 USD/tấn, giảm 0,2% so với cùng kì năm trước và tăng đến 4,7% so với tháng trước.

Dự báo các tháng cuối năm 2019, xuất khẩu sản và các sản phẩm từ sản của Việt Nam sang Trung Quốc sẽ gặp sự cạnh tranh khốc liệt từ các nước Thái Lan, Campuchia và Lào. Tuy nhiên, xuất khẩu sản và sản phẩm từ sản sẽ có dấu hiệu khởi sắc trở lại do: (1) Nguồn cung sản và sản phẩm từ sản trở nên khan hiếm hơn vì (i) sản lượng sản tại Tây Nguyên giảm mạnh do khô hạn và dịch bệnh, ước giảm tới 50%, (ii) hạn hán và dịch bệnh cũng dự kiến làm giảm 20% sản lượng của Thái Lan trong niên vụ 2019 – 2020; (iii) sản lượng sản của Campuchia dự báo niên vụ 2019-2020 tiếp tục giảm thêm 20%; (2) Tồn kho tại các doanh nghiệp của Trung Quốc gần như bằng không; (3) Nhập khẩu còn từ Mỹ giảm do thuế nhập khẩu cao (45%).

3. Rau quả

Trong tháng 8/2019, tại tỉnh Tiền Giang, có 3 loại trái cây bị rớt giá nặng nề là dưa hấu, dưa xiêm và thanh long. Ở thời điểm này, dưa hấu chỉ ở mức hơn 6.000 đ/kg,

giảm 50% so với tháng trước; dưa xiêm từ 90.000 đ/chục, giảm xuống còn 40.000 đ/chục; thanh long ruột trắng giá còn 6.000 - 7.000 đ/kg, giảm 50% so tháng trước. Với mức giá này nhà vườn không có lãi, thậm chí thua lỗ. Nguyên nhân giảm giá chính vẫn là nhu cầu nhập khẩu Trung Quốc không ổn định, kiểm soát chặt chẽ vận chuyển qua lại cửa khẩu vào Trung Quốc đã làm cho đầu ra của trái cây bấp bênh.

Mùa nhãn năm nay tại nhiều tỉnh giá đều tăng cao. Tại địa bàn tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu thương lái thu mua loại rẻ nhất là 40.000 đ/kg nhãn xuống cơm trắng, 60.000 đ/kg đối với nhãn xuống bao công, 100.000 đ/kg đối với nhãn xuống cơm vàng và đặc biệt nhãn bắp cải được bán với giá 150.000 đ/kg. Đáng lưu ý, giá nhãn năm nay cũng cao hơn năm ngoái rất nhiều, ở mức 37.000 đ/kg (năm 2018 là 30.000 đ/kg). Tại thủ phủ nhãn lòng tỉnh Hưng Yên, sản lượng năm nay lại giảm mạnh chỉ còn 1/3 nên giá tăng cao, dao động từ 70.000 - 100.000 đ/kg. Tương tự tại Tuyên Quang, do thời tiết bất lợi nên nhiều nhà vườn bị kém năng suất so với vụ trước, mức giá nhãn đạt 30.000 - 50.000 đ/kg, cao hơn từ 20.000 - 35.000 đồng/kg so với vụ trước.

Do ảnh hưởng của cơn bão số 3 Wipha, trong tháng cũng có thời điểm nhiều mặt hàng rau xanh tại địa bàn TP. Hà Nội đều tăng giá, có nơi thậm chí tăng gấp đôi, tuy nhiên mức giá cũng giảm sau đó 1 tuần do nguồn cung được phục hồi hoặc thay thế bằng những loại rau củ mà không bị ảnh hưởng của bão. Tương tự, trận mưa lũ lớn ở Đà Lạt khiến thị trường rau củ tại đây tăng mạnh, giá bình quân cũng tăng từ 1.000-2.000đ/kg rau mỗi loại.

Giá trị xuất khẩu rau quả tháng 8/2019 ước đạt 246 triệu USD, đưa giá trị xuất khẩu rau quả 8 tháng đầu năm 2019 ước đạt 2,53 tỷ USD, giảm 5,8% so với cùng kỳ năm 2018. Trung Quốc tiếp tục đứng vị trí thứ nhất về thị trường nhập khẩu rau quả của Việt Nam trong 7 tháng đầu năm 2019 với 70,5% thị phần, với giá trị xuất khẩu đạt 1,65 tỷ USD, giảm 5,6% so với cùng kỳ năm 2018, tiếp theo là Mỹ với 3,6% thị phần (giá trị xuất khẩu đạt 84,07 triệu USD, tăng 12,5%), Hàn Quốc với 3,3% thị phần (giá trị xuất khẩu đạt 76,91 triệu USD, tăng 13,1%), Nhật Bản với 3,1% thị phần (giá trị xuất khẩu đạt 71,07 triệu USD, tăng 7,4%), ... Các thị trường có giá trị xuất khẩu rau quả tăng mạnh là Lào (gấp 2,84 lần), Hồng Kông (gấp 2,37 lần), Đài Loan (44%), Hà Lan (tăng 37,9%), Úc (tăng 33,9%) và Nhật Bản (tăng 25,9%).

Ước giá trị nhập khẩu mặt hàng rau quả tháng 8/2019 đạt 134 triệu USD, đưa tổng giá trị mặt hàng rau quả nhập khẩu 8 tháng đầu năm 2019 đạt 1,28 tỷ USD, tăng 11,5% so với cùng kỳ năm 2018. Trong đó, mặt hàng rau ước đạt 348 triệu USD, tăng 10% so với cùng kỳ 2018 và mặt hàng quả đạt 880 triệu USD, tăng 9,4% so với cùng kỳ năm 2018. Thái Lan và Trung Quốc là hai thị trường nhập khẩu rau quả lớn nhất

trong 7 tháng đầu năm 2019 chiếm thị phần lần lượt là 36,2% (giá trị nhập khẩu 421,81 triệu USD) và 23,5% (giá trị nhập khẩu 273,43 triệu USD). Thị trường có giá trị nhập khẩu tăng mạnh nhất Israel (gấp 2,7 lần), trong khi đó thị trường có giá trị nhập khẩu rau quả giảm mạnh nhất là Lào (giảm 41,7%).

Xuất khẩu hàng rau quả những tháng cuối năm 2019 tiếp tục đối mặt với nhiều khó khăn như kinh tế thế giới còn nhiều bất ổn, căng thẳng thương mại Mỹ - Trung Quốc leo thang gây tâm lí lo ngại cho hoạt động thương mại và đầu tư. Ngoài ra, nhiều thị trường tăng cường áp dụng các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường khắt khe như Ủy ban châu Âu xiết chặt mức dư lượng thuốc bảo vệ thực vật đối với nông sản nhập khẩu, nhiều thị trường ban hành quy định về truy xuất nguồn gốc, chứng nhận kiểm dịch thực phẩm, quy trình đóng gói và vận chuyển.

4. Cà phê

Xuất khẩu cà phê tháng 8/2019 ước đạt 109 nghìn tấn với giá trị đạt 184 triệu USD, đưa khối lượng xuất khẩu cà phê 8 tháng đầu năm 2019 ước đạt 1,17 triệu tấn và gần 2 tỷ USD, giảm 11,8% về khối lượng và giảm 21,4% về giá trị so với cùng kỳ năm 2018. Trong 7 tháng đầu năm, Đức và Mỹ tiếp tục là hai thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất của Việt Nam với thị phần lần lượt là 13,7% và 9%. Ngoại trừ hai thị trường Philippine và Malaysia có giá trị xuất khẩu cà phê tăng (tăng 22,1% và 3,7%), hầu hết các thị trường chính đều giảm so với cùng kỳ năm 2018. Giá cà phê xuất khẩu bình quân 7 tháng đầu năm 2019 đạt 1.708 USD/tấn, giảm 11,2% so với cùng kỳ năm 2018.

Trên thị trường thế giới, trong tháng 8/2019, giá cà phê thế giới biến động giảm. So với tháng trước, giá cà phê Robusta giao tháng 9/2019 thị trường London giảm 41 USD/tấn xuống còn 1.297 USD/tấn. Thị trường cà phê trong nước biến động giảm cùng xu hướng thị trường thế giới. So với tháng 7/2019, giá cà phê với nhân xô các tỉnh Tây Nguyên giảm 100 đ/kg xuống còn 32.300 – 33.400 đ/kg.

Giá cà phê thế giới tiếp tục suy giảm trong những tháng đầu năm 2019 và giảm xuống mức thấp nhất trong 13 năm trở lại đây do áp lực dư cung của thị trường cà phê toàn cầu. Cụ thể là Brazil tăng cường bán phòng hộ và hàng vụ mới hiện rất dồi dào.

Giá cà phê suy giảm khiến nguồn cung cà phê sụt giảm ở các nước trồng cà phê chính. Reuters đưa tin một số người trồng cà phê ở Colombia và Trung Mỹ đã bỏ vườn vì giá cà phê quá thấp trong khi chi phí sản xuất cao.

Về góc độ thương mại, cà phê giảm là một yếu tố thuận lợi kích thích các nước nhập khẩu tiêu dùng và dự trữ cà phê nhiều hơn, đặc biệt là khối EU với cà phê là một trong những đồ uống được ưa chuộng. Dự báo, giá cà phê trong ngắn hạn sẽ tăng do

nguồn cung có phần sụt giảm từ các nước sản xuất chính, tuy nhiên giá sẽ vẫn ở mức thấp trong nhiều năm. Ngoài ra, nhu cầu tiêu dùng cà phê tăng nhanh hơn so với sản xuất sẽ thúc đẩy nhu cầu nhập khẩu cà phê trong trung và dài hạn. Tăng trưởng sản lượng cà phê trong 9 tháng đầu niên vụ 2018/19 chỉ đạt 1,9% trong khi tăng trưởng tiêu dùng đạt mức 2,1%.

5. Chè

Khối lượng xuất khẩu chè tháng 8/2019 ước đạt 15 nghìn tấn với giá trị đạt 29 triệu USD, đưa khối lượng xuất khẩu chè 8 tháng đầu năm 2019 ước đạt 83 nghìn tấn, tương đương 150 triệu USD, tăng 3,2% về khối lượng và tăng 22,7% về giá trị so với cùng kỳ năm 2018. Giá chè xuất khẩu bình quân 7 tháng đầu năm 2019 đạt 1.767 USD/tấn, tăng 8,2% so với cùng kỳ năm 2018.

Điểm nhấn trong xuất khẩu chè 7 tháng đầu năm 2019 là sự tăng trưởng đáng kể của thị trường Pakistan về cả khối lượng và giá trị. Pakistan từ lâu đã là thị trường lớn nhất của chè Việt Nam xuất khẩu, với 35,6% thị phần. Xuất khẩu chè sang nước này trong 7 tháng đầu năm 2019 đạt 21,4 nghìn tấn, tương đương 43,3 triệu USD, tăng 28,3% về khối lượng và tăng 15,9% về giá trị so với cùng kỳ năm 2018.

7 Đối tác chính của Pakistan gặp khó khăn trong sản xuất đẩy giá chè tăng cao, khiến chè nước này kém cạnh tranh về giá so với các đối thủ khác tại Pakistan. Kenya là nguồn cung chè lớn nhất của thị trường Pakistan, với khoảng 70% thị phần trong tổng khối lượng nhập khẩu chè của Pakistan trong năm 2018. Nửa đầu năm 2019, do thời tiết bất lợi, sản lượng chè đen của Kenya chỉ đạt khoảng 170 nghìn tấn, giảm 9,3%, so với cùng kỳ năm 2018. Điều này đã đẩy giá chè tại Kenya tăng lên từ 15-20% tại phiên đấu giá Mombasa, dẫn tới Pakistan giảm nhập khẩu chè từ nước này và thay thế bằng nguồn chè từ các nước khác, bao gồm Việt Nam, với mức giá hợp lý hơn. Đây là cơ hội tốt cho Việt Nam thúc đẩy xuất khẩu chè sang thị trường này.

Tại thị trường trong nước, giá chè nguyên liệu tiếp tục giữ ở mức ổn định. Tại Thái Nguyên, giá chè cành chất lượng cao giữ mức 200.000 đ/kg, chè xanh búp khô là 105.000 đ/kg. Tại Lâm Đồng, giá chè cành ổn định ở mức 8.500 đ/kg, chè hạt 7.100 đ/kg. Hiện tại chưa có dấu hiệu nào cho thấy giá chè sẽ biến động mạnh trong thời gian tới.

6. Tiêu

Khối lượng tiêu xuất khẩu tháng 8 năm 2019 ước đạt 20 nghìn tấn, với giá trị đạt 50 triệu USD, đưa khối lượng xuất khẩu tiêu 8 tháng đầu năm 2019 ước đạt 220 nghìn tấn, tương đương 561 triệu USD, tăng 27,4% về khối lượng nhưng giảm 3,8% về giá trị

so với cùng kỳ năm 2018. Các thị trường xuất khẩu tiêu lớn nhất của Việt Nam trong 7 tháng đầu năm 2019 là Hoa Kỳ, Ấn Độ, Đức, Pakistan và Hà Lan với 36,8% thị phần. Giá tiêu xuất khẩu bình quân 7 tháng đầu năm 2019 đạt 2.556 USD/tấn, giảm 24,5% so với cùng kỳ năm 2018.

Trong khi xuất khẩu tiêu sang hầu hết các thị trường đều giảm về giá trị, do ảnh hưởng của xu hướng giảm giá trên thị trường toàn cầu, xuất khẩu tiêu sang thị trường Đức lại tăng mạnh về cả khối lượng và giá trị. Cụ thể, trong 7 tháng đầu năm 2019, xuất khẩu tiêu sang Đức đạt 8 nghìn tấn, tương đương 23,4 triệu USD, tăng 53,3% về lượng và tăng 14,4% về giá trị so với cùng kỳ năm 2018. Đức tăng nhập khẩu tiêu để phục vụ cho ngành công nghiệp chế biến hồ tiêu đang ngày càng phát triển tại nước này. Mặc dù mức tiêu dùng tiêu của Đức đã bắt đầu giảm từ năm 2013 nhưng nhập khẩu tiêu của Đức vẫn tăng khoảng 4%/năm trong giai đoạn 2014-2018.

Trong bối cảnh xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam đang đối diện với nhiều khó khăn và sức ép cạnh tranh lớn thì việc Việt Nam ký kết thành công EVFTA sẽ là cơ hội tốt cho ngành hồ tiêu Việt Nam để thúc đẩy xuất khẩu tiêu, đặc biệt là tiêu đã qua chế biến sang thị trường Đức cũng như các thị trường khác trong khối EU. Việt Nam có thể gia tăng sức cạnh tranh trong khối EU so với các đối thủ nằm ngoài EVFTA nhờ hàng rào thuế quan được gỡ bỏ. Hiện nay, thị trường EU đang áp dụng mức thuế suất 4% đối với mặt hàng tiêu xay nhập khẩu; sau khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực, thuế suất này ngay lập tức sẽ được xóa bỏ đối với các sản phẩm tiêu nhập khẩu từ Việt Nam.

Việc Việt Nam tham gia Hiệp định EVFTA cũng sẽ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp xuất khẩu tiêu mở rộng thị trường và tạo cơ hội thu hút đầu tư nước ngoài vào ngành chế biến hồ tiêu. Trước đây, xuất khẩu tiêu sang thị trường EU phải đáp ứng tiêu chuẩn riêng của từng nước thì sau khi EVFTA có hiệu lực, các doanh nghiệp chỉ cần đáp ứng tiêu chuẩn chung của toàn khối để có thể xuất khẩu sang các thị trường thuộc khối EU. Việt Nam cũng sẽ tận dụng được cơ hội để phát triển ngành chế biến hồ tiêu khi các nhà đầu tư trong khối EU chuyển nhà máy chế biến về Việt Nam để tận dụng nguyên liệu và nhân công giá rẻ.

Tại thị trường trong nước, giá hạt tiêu biến động giảm trong tháng 8/2019. So với tháng trước, giá tiêu tại Đắc Lắc, Đắc Nông, Gia Lai và Bà Rịa Vũng Tàu giảm 500 đ/kg xuống còn 43.500 – 45.500 đ/kg. Giá tiêu tại Đồng Nai giảm 1.000 đ/kg xuống mức 43.000 đ/kg. Áp lực dư cung trên thị trường thế giới tiếp tục tăng khi hai nước sản xuất lớn gồm Indonesia và Brazil đã bước vào vụ thu hoạch, và tồn kho của các nước sản xuất lớn vẫn còn nhiều.

Dự báo, giá tiêu thời gian tới sẽ không có biến động mạnh do nguồn cung hạt tiêu trên toàn thế giới vẫn đang được bổ sung, trong khi nhu cầu không có sự tăng trưởng đáng kể.

Để có thể tận dụng tốt các cơ hội từ EVFTA nhằm mở rộng xuất khẩu các sản phẩm tiêu sang thị trường EU, các doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động trong công tác nghiên cứu nhu cầu thị trường và xu hướng tiêu dùng tại các thị trường trong khối EU. Bên cạnh đó, Việt Nam cũng cần xây dựng và phát triển các vùng sản xuất, tuân thủ các biện pháp thực hành nông nghiệp tốt và theo tiêu chuẩn quốc tế; đồng thời tăng cường kiểm soát, giảm thiểu tối đa việc sử dụng thuốc bảo vệ thực vật trong sản xuất tiêu, để tạo ra các sản phẩm tiêu đáp ứng được yêu cầu của thị trường EU cũng như các thị trường khó tính khác.

7. Điều

Trong tháng 8/2019, khối lượng điều nhân Việt Nam xuất ước đạt 47 nghìn tấn với giá trị 322 triệu USD, đưa khối lượng xuất khẩu hạt điều 8 tháng đầu năm 2019 ước đạt 287 nghìn tấn và 2,1 tỷ USD, tăng 18,8% về khối lượng nhưng giảm 7,3% về giá trị so với cùng kỳ năm 2018. Hoa Kỳ, Trung Quốc và Hà Lan là 3 thị trường nhập khẩu điều lớn nhất của Việt Nam trong bảy tháng đầu năm 2019, chiếm thị phần lần lượt là 32,7%, 15% và 9,6% tổng giá trị xuất khẩu hạt điều. Trong 7 tháng đầu năm 2019, các thị trường có giá trị xuất khẩu hạt điều tăng mạnh là Bỉ tăng 38,9% so với cùng kỳ năm 2018, Trung Quốc tăng 31,1%, Đức tăng 22,1% và Tây Ban Nha tăng 12,5%. Giá hạt điều xuất khẩu bình quân 7 tháng đầu năm 2019 đạt 7.468 USD/tấn, giảm 21,9% so với cùng kỳ năm 2018.

Khối lượng hạt điều nhập khẩu trong tháng 8/2019 ước đạt 211 nghìn tấn với giá trị đạt 226 triệu USD, đưa tổng khối lượng và giá trị hạt điều nhập khẩu trong 8 tháng đầu năm 2019 đạt 1,15 triệu tấn và giá trị đạt 1,51 tỷ USD, tăng 29,6% về khối lượng nhưng giảm 16,2% về giá trị so với cùng kỳ năm 2018. Thị trường nhập khẩu hạt điều lớn nhất trong 7 tháng đầu năm 2019 là Bồ Đào Nha, chiếm 36,5% thị phần, tăng 31,3% về khối lượng nhưng lại giảm 11,5% về giá trị so với cùng kỳ năm 2018. Trong 7 tháng đầu năm giá trị nhập khẩu hạt điều tăng mạnh nhất là Indonesia tăng 81,1%.

Trong tháng 8/2019, giá điều nguyên liệu tiếp tục diễn biến giảm. Cụ thể, điều khô mua xô tại Bình Phước giảm từ 34.000 đ/kg xuống còn 31.000 đ/kg, trước đó tuần giữa tháng, giá điều đạt mức cao 36.500 đ/kg; tại Đồng Nai ổn định ở mức 46.000 đ/kg.

Trên thị trường thế giới, giá điều Ấn Độ tiếp tục tăng trong tháng qua. Cụ thể, điều nhân WW180 ở mức 14.931 USD/tấn, tăng 972,3 USD/tấn ; điều nhân loại

WW210 ở mức 13.195,5 USD/tấn, tăng 868 USD/tấn; điều nhân loại WW240 ở mức 10556 USD/tấn, tăng 833,4 USD/tấn; điều nhân loại WW320 ở mức 8472.9 USD/tấn, tăng 69,45 USD/tấn so với đầu tháng. Người bán lẻ điều thô nhập khẩu đang trong trạng thái chờ đợi và theo dõi, với hy vọng giá sẽ tăng mạnh trong bối cảnh giao dịch gần đây giữa Việt Nam và Tanzania.

Căng thẳng thuế quan giữa Mỹ và Ấn Độ, và Mỹ Trung đã giúp cho nhân điều Việt Nam được tiêu thụ tốt hơn ở cả thị trường Trung Quốc và Ấn Độ do các loại hạt khác từ Mỹ giảm. Vừa qua, Chính phủ Trung Quốc ra lệnh ngưng nhập khẩu nông sản của Mỹ vào Trung Quốc điều này sẽ dẫn đến việc Trung Quốc tăng mua nhân điều từ Việt Nam trong những tháng tới để bù đắp cho các loại hạt khác nhập từ Mỹ. Tuy nhiên, việc đồng Nhân Dân Tệ mất giá cũng khiến giá điều nhập khẩu vào thị trường này cao hơn tương đối so với trước đây.

Trong thời gian tới giá điều nhân sẽ không thể tăng nhiều do nhu cầu mua của thị trường phương Tây tăng nhưng không phải mua dồn dập. Một số nhà máy đã chốt mua điều thô giá cũ, nay điều nhân lên giá làm cho biên lợi nhuận tăng lên nên họ tranh thủ bán ra số lượng không nhỏ và do đó người mua không cảm thấy thiếu hàng.

Giá nhân và thô trong thời gian tới sẽ ổn định và có xu hướng tăng. Nhưng khả năng giá tăng đột biến là rất khó xảy ra. Các doanh nghiệp chế biến không nên ký hợp đồng bán nhân khi chưa mua được điều thô vì giá nhân có thể sẽ tăng trong những tháng cuối năm.

8. Cao su

Khối lượng xuất khẩu cao su tháng 8/2019 đạt 181 nghìn tấn với giá trị đạt 246 triệu USD, đưa khối lượng và giá trị xuất khẩu cao su 8 tháng đầu năm 2019 ước đạt 963 nghìn tấn và 1,32 triệu USD, tăng 9,7% về khối lượng và tăng 7,8% về giá trị so với cùng kỳ năm 2018. Giá cao su xuất khẩu bình quân 7 tháng đầu năm 2019 đạt 1.376 USD/tấn, giảm 3,66% so với cùng kỳ năm 2018. Trung Quốc, Ấn Độ, và Hàn Quốc vẫn là 3 thị trường tiêu thụ cao su lớn nhất của Việt Nam trong 7 tháng đầu năm 2018, chiếm thị phần lần lượt là 63%, 8,9% và 3,4%.

Ước khối lượng nhập khẩu cao su trong tháng 8/2019 đạt 64 nghìn tấn với giá trị đạt 108 triệu USD, đưa tổng khối lượng và giá trị cao su nhập khẩu 8 tháng đầu năm đạt 437 nghìn tấn với giá trị 756 triệu USD, tăng 13,2% về khối lượng và tăng 6,8% về giá trị so với cùng kỳ năm 2018. Bốn thị trường nhập khẩu cao su chủ yếu trong 7 tháng đầu năm 2019 là Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan và Lào, chiếm 52,4% thị phần.

Trên thị trường thế giới, giá cao su tại sàn Tokyo (Tocom) biến động giảm trong tháng 8/2019 do lo ngại cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung kéo dài và tăng trưởng toàn cầu chậm lại cũng như đồng Yên tăng mạnh. Hợp đồng benchmark tháng 01/2020 đạt mức thấp 166 yên/kg (1.567 USD/Tấn) vào cuối phiên 15/8, giảm 9,3 yên (87,79 USD/Tấn), tương đương 5,6% so với đầu tháng. Ngày 19/8, giá cao su lại tăng cao do đồng Yên suy yếu, song sau đó đã giảm trở lại vào ngày 21/8.

Cùng với xu hướng của thị trường thế giới, giá cao su nguyên liệu tại thị trường trong nước tiếp tục xu hướng giảm. Tại thủ phủ cao su Bình Phước, giá mủ nước ngày 21/8 ở mức 250 đồng/độ, tăng so với 245 đồng/độ một tuần trước đó, song giảm so với mức 255 đồng/độ vào đầu tháng. Giá mủ tại Đồng Nai không thay đổi ở mức 12.000 đồng/kg.

Triển vọng thị trường cao su thời gian tới của Việt Nam sẽ gặp khó khăn, do ảnh hưởng từ cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung:

- Trung Quốc hiện sử dụng khoảng 70% cao su tự nhiên cho ngành công nghiệp sản xuất lốp xe. Việc Mỹ áp thuế lên lốp xe nói riêng và các sản phẩm làm từ cao su nói chung của Trung Quốc khiến nhập khẩu cao su của nước này có xu hướng giảm.
- Trung Quốc là thị trường tiêu thụ cao su lớn nhất của Việt Nam, chiếm hơn 60% tổng lượng cao su xuất khẩu.
- Trung Quốc phá giá đồng nhân dân tệ, sẽ gián tiếp làm giảm giá trị xuất khẩu cao su của Việt Nam do xuất khẩu cao su của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc sẽ trở nên đắt hơn so với trước đây.

9. Thủy sản

Theo số liệu mới nhất của Cục Nghề cá biển Mỹ (NMFS), giá trung bình của cá tra phile đông lạnh nhập khẩu trong tháng 6/2019 tại Mỹ là 3,65 USD/kg, thấp hơn 4,4% so với tháng 5 và thấp hơn 15,7% so với cùng kỳ năm 2018. Giá bình quân nhập khẩu tôm của Mỹ trong tháng 6/2019 đạt 8,17 USD/kg, giảm 1% so với tháng trước đó và giảm 7% so với cùng kỳ năm 2018.

Trong khi đó, giá bán buôn cá tra nguyên liệu tại ĐBSCL trong tháng qua có xu hướng nhích nhẹ khoảng 500 đ/kg so với tháng trước, nhưng vẫn còn rất thấp so với giá thành sản xuất của nông dân. Giá dao động trong khoảng 21.500-22.000 đ/kg đối với cá tra loại I (800-900g/con), trong khi giá thu mua tại trang trại là 20.500-21.000 đ/kg. Lượng bắt của các doanh nghiệp ổn định, nhu cầu chưa cao.

Giá tôm nguyên liệu trong nước tháng 8 có xu hướng nhích lên so với tháng trước đối với cả tôm sú và tôm thẻ chân trắng do cung giảm. Tại Bạc Liêu, giá tôm sú ướp đá cỡ 20 con/kg tăng 15.000đ lên 180.000 đ/kg, cỡ 30 con/kg tăng 5.000đ lên 150.000 đ/kg, cỡ 40 con tăng 3.000 đ/kg lên 128.000 đ/kg. Giá tôm thẻ ướp cỡ 60 con/kg tăng 12.000đ lên mức 100.000 đ/kg, cỡ 70 con/kg tăng 6.000đ lên 90.000 đ/kg, cỡ 100 con/kg tăng 9.000đ lên 79.000 đ/kg.

Giá trị xuất khẩu thủy sản tháng 8/2019 ước đạt 833 triệu USD, đưa giá trị xuất khẩu thủy sản 8 tháng đầu năm 2019 ước đạt 5,52 tỷ USD, giảm 1,2% so với cùng kỳ năm 2018. Nhật Bản, Mỹ, Trung Quốc và Hàn Quốc là 4 thị trường nhập khẩu hàng đầu của thủy sản Việt Nam trong 7 tháng đầu năm 2019, chiếm 56,5% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản. Trong 7 tháng đầu năm 2019, các thị trường có giá trị xuất khẩu thủy sản tăng mạnh là Đài Loan (tăng 16,3%), Mexico (tăng 14,6%), Malaysia (tăng 12,3%) và Nhật Bản (tăng 10,4%).

Về chủng loại xuất khẩu, trong 7 tháng đầu năm 2019, Tôm và cá Tra vẫn là hai mặt hàng xuất khẩu chủ lực. Giá trị xuất khẩu tôm chân trắng chiếm 25,70% tổng kim ngạch; tôm sú chiếm 8,15%; tôm các loại khác chiếm 3,85%; cá tra chiếm 24,05%; cá ngừ chiếm 9,12%; cá các loại khác chiếm 19,20%; mực, bạch tuộc chiếm 7,26%; nhuyễn thể hai mảnh vỏ chiếm 1,10%; nhuyễn thể khác chiếm 0,08%; cua, ghẹ và giáp xác khác chiếm 1,48%. Mỹ vẫn là thị trường xuất khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam trong 7 tháng đầu năm 2019 với trị giá đạt 802,56 triệu USD, tăng 1,1%; tiếp theo là Nhật Bản đạt 811,07 triệu USD, tăng 10,4%; thị trường Trung Quốc cũng có sự tăng trưởng như, 7 tháng 2019 tăng 5,7% so với cùng kỳ năm 2018.

Trong khi đó, giá trị nhập khẩu mặt hàng thủy sản tháng 8/2019 ước đạt 133 triệu USD, đưa tổng giá trị thủy sản nhập khẩu 8 tháng đầu năm 2019 đạt 1,19 tỷ USD, tăng 3,8% so với cùng kỳ năm 2018. Thị trường nhập khẩu thủy sản lớn nhất trong 7 tháng đầu năm 2019 là Nauy, chiếm 12,2% thị phần, tiếp đến là Ấn Độ và Trung Quốc với thị phần lần lượt là 11,7% và 7,7%. Trong 7 tháng đầu năm 2019 thị trường có giá trị nhập khẩu thủy sản tăng mạnh nhất so với cùng kỳ năm 2018 là Philippin (gấp 3,1 lần), ngược lại thị trường có giá trị nhập khẩu thủy sản giảm mạnh nhất là Ấn Độ (giảm 46,8%) so với cùng kỳ năm 2018.

10. Sản phẩm chăn nuôi

Giá thế giới:

- Trong tháng 7/2019, giá lợn hơi bình quân tại Trung Quốc tiếp tục tăng lên 19,48 tệ/kg (tương đương 65.000 đ/kg), tăng 1,8 tệ/kg (tương đương 6.000 đ/kg), cao

nhất tại Quảng Đông là 23 tệ/kg (tương đương 77.500 đ/kg), thấp nhất tại Vân Nam là 14,95 tệ/kg (tương đương 50.000 đ/kg).

- Tại thị trường Chicago – Hoa Kỳ, giá lợn giao tháng 8 tăng 0,575 cen/kg (tương đương 7%). Giá lợn biến động do ảnh hưởng của dịch tả lợn Châu Phi và căng thẳng thương mại của Mỹ với Trung Quốc ảnh hưởng đến nhập khẩu. Dự báo giá thịt lợn sẽ tiếp tục biến động trong thời gian tới khi Tổng thống Trump vừa tuyên bố 250 tỷ USD hàng hóa Trung Quốc đang bị đánh thuế 25% sẽ bị đánh thuế ở mức 30%. 300 tỷ USD hàng hóa còn lại, vốn được lên kế hoạch bị đánh thuế từ ngày 1/9 ở mức 10%, giờ sẽ bị đánh thuế ở mức 15%, bắt đầu từ ngày 01/10.

Giá trong nước: Trong tháng 8/2019, giá lợn hơi biến động tăng tại các địa phương trên cả nước do nguồn cung lợn thịt khan hiếm cục bộ, khi số lượng đáng kể lợn nuôi bị tiêu hủy do nhiễm dịch tả lợn châu Phi. Bên cạnh đó, nhiều hộ vẫn chưa dám tái đàn vì lo tiềm ẩn rủi ro nhiễm bệnh trở lại. Tại miền Bắc, giá lợn hơi tăng 4.000 – 10.000 đ/kg. Giá lợn hơi tại các tỉnh Chương Mỹ, Hoài Đức, Nam Định, Tuyên Quang, Yên Bái, Lào Cai dao động 44.000 - 46.000 đ/kg. Tại Phú Thọ, Bắc Giang, Hà Nội, Hà Nam, Ninh Bình, Hưng Yên, Thái Bình, Ứng Hoà, Vĩnh Phúc giá cao hơn khoảng 2.000 - 3.000 đ/kg, đạt 47.000 - 48.000 đ/kg. Vĩnh Phúc, Quảng Ninh có nơi lên tới 50.000 đ/kg. Như vậy, tính chung toàn miền giá lợn hơi trung bình đạt khoảng 46.000 - 47.000 đ/kg.

13

Tại miền Trung, Tây Nguyên, giá lợn hơi cũng biến động tăng với mức tăng 6.000 - 8.000 đ/kg. Giá lợn hơi tại Quảng Bình và Thừa Thiên Huế lần lượt là 42.000 đ/kg và 43.000 đ/kg. Tại Nghệ An, giá lợn có nơi lên tới 48.000 đ/kg; Thanh Hóa cũng tăng 6.000 đ/kg lên 46.000 đ/kg. Mặc dù vậy, một số địa phương như Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định, giá ở mức 32.000 - 34.000 đ/kg. Giá lợn hơi tại Tây Nguyên dao động trong khoảng 39.000 - 42.000 đ/kg.

Giá lợn hơi tại miền Nam tiếp tục tăng, rất nhiều địa phương đồng loạt tăng 8.000 đ/kg – 10.000 đ/kg. Tại các tỉnh miền Tây Nam Bộ như Hậu Giang, Kiên Giang, Cần Thơ tăng đạt mức trung bình 35.000 đ/kg – 37.000 đ/kg; tại miền Đông Nam Bộ như một số huyện của Đồng Nai, Tây Ninh, và Bình Dương 36.000 đ/kg – 38.000 đ/kg, một số nơi lên tới 41.000 - 42.000 đ/kg.

Dự báo, giá thịt lợn sẽ có xu hướng tăng trong những tháng cuối năm 2019, đặc biệt là vào dịp Tết Nguyên đán do nguồn cung thịt lợn giảm với ảnh hưởng của dịch tả lợn châu Phi ảnh hưởng khu vực Miền Bắc và thị trường Trung Quốc.

Hiện giá bán thịt lợn hơi ngoài Bắc hiện đang cao hơn trong Nam từ 8.000-10.000 đồng/kg. Giá lợn hơi bình quân tại thị trường Trung Quốc cao hơn tại Việt Nam khoảng 18.000 – 22.000 đ/kg.

Trong tháng 8/2019, giá thu mua gà và trứng tại trại giảm do nguồn cung dồi dào. Giá gà thịt lông trắng tại khu vực Đông Nam Bộ và Đồng bằng Sông Cửu Long giảm 1.000 – 2.000 đ/kg, hiện ở mức 24.000 – 25.000 đ/kg. Giá trứng gà tại trại 1.550 – 1.650 đ/kg, tăng 100 đ/kg so với tháng trước do nhu cầu tăng. Giá thịt và trứng gà trong thời gian qua ở mức thấp do dịch tả lợn khiến nhiều người dân nuôi lợn chuyển sang nuôi gà, vịt để tạo nguồn thịt thay thế khiến nguồn cung ngày một tăng trong khi đó, giá thịt gà nhập về Việt Nam chỉ 18.000 đồng/kg, cạnh tranh với thịt gà nội địa. Tuy nhiên, trong tháng qua giá trứng đã chuyển biến tăng trở lại và có thể sẽ duy trì ổn định hơn từ nay cho đến cuối năm, đặc biệt giai đoạn trước Tết Nguyên đán.

Giá trị xuất khẩu các sản phẩm chăn nuôi tiếp tục có những kết quả tích cực. Tháng 8/2019, giá trị xuất khẩu sản phẩm chăn nuôi ước đạt 64 triệu USD, đưa giá trị xuất khẩu các sản phẩm chăn nuôi 8 tháng đầu năm 2019 ước đạt 449 triệu USD, tăng 3,6% so với cùng kỳ năm 2018, chủ yếu nhờ lượng xuất khẩu thịt lợn sang Trung Quốc tăng mạnh. Giá thịt lợn tại Trung Quốc trong những tháng tới được dự đoán sẽ tăng 70% so với năm trước, dự báo nhu cầu nhập khẩu sẽ lớn hơn và là cơ hội để Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường này.

11. Gỗ và sản phẩm từ gỗ

14 Giá trị xuất khẩu gỗ và các sản phẩm gỗ tháng 8/2019 ước đạt 937 triệu USD, lũy kế xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ 8 tháng đầu năm 2019 ước đạt 6,66 tỷ USD, tăng 17,5% so với cùng kỳ năm 2018. Mỹ, Nhật Bản, Trung Quốc và Hàn Quốc duy trì vị trí 4 thị trường nhập khẩu gỗ và sản phẩm gỗ lớn nhất của Việt Nam trong 7 tháng đầu năm 2019 với 80,2% tổng giá trị xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ. Các thị trường có giá trị xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tăng mạnh là Ả Rập xê út (tăng 46,9%), Mỹ (tăng 32,8%), Đài Loan (tăng 27,9%), Nhật Bản (tăng 18,3%) và Đức (tăng 14,5%).

Giá trị nhập khẩu tháng 8/2019 ước đạt 216 triệu USD, lũy kế nhập khẩu gỗ và sản phẩm gỗ nhập khẩu 8 tháng đầu năm đạt 1,67 tỷ USD, tăng 14,3% so với cùng kỳ năm 2018. Trong 7 tháng đầu năm 2019, Trung Quốc là thị trường lớn nhất của Việt Nam với 21,1% thị phần. Bảy tháng đầu năm 2019, các thị trường có giá trị nhập khẩu gỗ và các sản phẩm gỗ tăng mạnh là Italy (tăng 84,5%), Lào (tăng 64%) và Pháp (tăng 38,1%). Ngược lại, thị trường có giá trị nhập khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ giảm mạnh nhất là Campuchia (giảm 60,6%).

Trong 8 tháng đầu năm, xuất khẩu gỗ và các sản phẩm gỗ của Việt Nam tăng trưởng tốt do:

- Việt Nam tận dụng tốt cơ hội thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường Mỹ: Theo Số liệu thống kê từ Trung tâm Cải cách kinh tế Indonesia, trong tháng 4/2018, thị phần đồ

gỗ nội, ngoại thất của Trung Quốc tại thị trường Mỹ là 48%, trong khi đó, Việt Nam chỉ chiếm 7,4% và Indonesia là 1,63%. Trước căng thẳng thương mại Mỹ - Trung leo thang, tính đến tháng 4/2019, thị phần của Trung Quốc giảm 2%, xuống còn 46%, trong khi đó, thị phần của Việt Nam tăng thêm 3,1% lên mức 10,5% và của Indonesia chỉ tăng 0,02%, lên mức 1,65%.

- Việt Nam tiếp tục duy trì vị thế dẫn đầu về xuất khẩu đồ gỗ nội ngoại thất tại EU nhờ mẫu mã và chất lượng liên tục được cải thiện. Theo báo cáo thị trường gỗ nhiệt đới tháng 7/2019, Việt Nam là quốc gia dẫn đầu về xuất khẩu đồ gỗ nội ngoại thất tại thị trường EU. Danh tiếng của đồ gỗ từ Việt Nam cũng dần được nâng cao do các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam có khả năng cung cấp các đơn hàng số lượng lớn ở phân khúc tầm trung. Báo cáo Theo dõi thị trường của ITTO cũng chỉ ra rằng các nhà nhập khẩu thuộc EU đánh giá cao việc cải tiến về công nghệ đối với các sản phẩm gỗ của Việt Nam, những cải tiến này vượt trội so với các quốc gia châu Á khác và ngày càng có khả năng đáp ứng yêu cầu tiêu chuẩn cao của thị trường EU.

- Ngành xây dựng của EU đang ảm trở lại, đặc biệt tại các thị trường như Đức, Áo, Tây Ban Nha và Hà Lan kéo theo nhu cầu gỗ tăng cao. Theo nghiên cứu của Euroconstruct, ngành xây dựng tại EU phục hồi trở lại kể từ năm 2018 trở lại đây, với mức tăng 3,1% năm 2018 kéo theo nhu cầu sản phẩm khớp nối, khung cửa tăng cao. Tuy nhiên, ngành sản xuất khớp nối, khung cửa tại EU không bắt kịp xu hướng thay đổi của thị trường khiến cho nhu cầu nhập khẩu sản phẩm này ngày càng tăng. Theo số liệu Trademap, nhập khẩu khớp nối, khung cửa của EU từ Việt Nam trong 4 tháng đầu năm 2019 tăng tới 30% so với cùng kỳ năm 2018, đạt giá trị 10 triệu USD.

Xuất khẩu gỗ và sản phẩm từ gỗ của Việt Nam sang thị trường EU được dự báo có triển vọng tốt nhờ những thuận lợi mà việc thực hiện VPA/FLEGT và tiềm năng mà Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA) mang lại cũng như căng thẳng thương mại tiếp tục leo thang giữa Mỹ và Trung Quốc:

- Hiệp định VPA/FLEGT là một bước tiến mới đánh dấu khởi đầu việc Việt Nam và EU cùng cam kết hợp tác để giải quyết tình trạng khai thác và buôn bán gỗ bất hợp pháp. Sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU sẽ không phải chịu trách nhiệm giải trình nguồn gốc xuất xứ gỗ khi đã được cấp giấy phép FLEGT.

- Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA) với cam kết cắt giảm thuế quan mạnh mẽ tạo lợi thế cạnh tranh cho các phẩm gỗ và các sản phẩm gỗ của Việt Nam so với các đối thủ cạnh tranh. Khoảng 83% số dòng thuế sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định có hiệu lực; khoảng 17% còn lại (gồm ván dăm, ván sợi và gỗ dán,...) sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu theo lộ trình từ 3 đến 5 năm.

Để tiếp tục duy trì kim ngạch xuất khẩu gỗ, cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp cần lưu ý một số vấn đề sau:

- Cho đến khi bắt đầu cấp phép FLEGT, gỗ và sản phẩm gỗ từ Việt Nam sẽ tiếp tục phải thực hiện trách nhiệm giải trình về truy xuất nguồn gốc theo quy định của Quy chế gỗ của EU (EUTR). Do đó, cần đẩy mạnh hoàn thiện hệ thống đảm bảo nguồn gốc xuất xứ gỗ và cấp chứng chỉ FLEGT cho các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam.

- Nhằm giảm thiểu những rủi ro mới phát sinh trong bối cảnh xung đột thương mại Mỹ - Trung, các cơ quan chức năng cần phối hợp với địa phương rà soát tổng thể hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp FDI; các dòng sản phẩm xuất khẩu từ Việt Nam sang Mỹ cũng như từ Trung Quốc vào Việt Nam. Quy trình cấp phép chứng nhận nguồn gốc xuất xứ cũng cần phải được kiểm tra chặt chẽ, đảm bảo việc cấp giấy chứng nhận chỉ cấp cho các doanh nghiệp và sản phẩm có đủ điều kiện.

- Các hiệp hội chú trọng việc cập nhật thông tin từ đối tác và các cơ quan chức năng để thông báo cho các hội viên, tránh các rủi ro không đáng có trong thương mại.

- Các doanh nghiệp cần quan tâm chú trọng đầu tư, áp dụng tự động hóa trong sản xuất, áp dụng công nghệ quản lý mới, nâng cao chất lượng, tay nghề công nhân để giảm giá thành, tăng năng suất lao động để nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm và bắt kịp xu hướng tiêu dùng của thị trường EU. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần tăng cường hợp tác, tạo lập và hình thành chuỗi liên kết từ sản xuất nguyên liệu đến xuất khẩu nhằm nâng cao hiệu quả của chuỗi cung ứng thông qua việc tập trung nguồn lực thực hiện chuyên môn hóa, giảm chi phí giao dịch và chi phí sản xuất, nâng cao hiệu quả trong sản xuất kinh doanh.
